Emploi / Cooptation et réseaux professionnels /

- Imprimer
- Bookmarker
- Envoyer
- Commenter

Le réseau pour les timides

Accéder à des offres d'emploi non publiées, trouver de nouveaux clients, obtenir des informations au sein de l'entreprise… Utiliser son réseau est désormais indispensable. D'un naturel plutôt timide, vous ne savez comment vous y prendre ? Qu'à cela ne tienne ! Différentes possibilités existent, en fonction de votre personnalité. Conseils.

« Tant que j'étais salarié dans de grandes entreprises, je n'étais pas très réseaux, reconnaît Philippe Guiheneuc, DG de Smartline, une société de webmarkting. C'est seulement quand j'ai créé mon entreprise que j'en ai ressenti la nécessité : j'étais seul et j'avais besoin de me faire connaître. Développer mon réseau était devenu un impératif. J'ai d'abord recontacté mes camarades de promo de l'Essec puis j'ai commencé me rendre à des conférences thématiques sur les sujets qui m'intéressaient. Mais dans les cocktails qui suivaient, je me retrouvais seul, un verre à la main, arborant un sourire plaqué en attendant que quelqu'un vienne me parler… Timide, je me sentais mal à l'aise et finissais par repartir sans avoir rencontré grand monde. »

Avoir une bonne raison d'aller vers les autres

Cette situation vous est familière ? D'un naturel introverti, vous redoutez de « réseauter » car vous ne savez pas comment vous y prendre ? Qu'à cela ne tienne ! Constituer et utiliser un réseau ne répond pas à un mode d'emploi rigide, mais tient plus à la personnalité de chacun. Même les « timides », comme Philippe Guiheneuc, ont leur chance de réussir. À condition de faire preuve de créativité. Pour « avoir une bonne raison d'aller vers les autres », il a décidé de créer lui-même un club, en s'appuyant sur l'association des anciens de l'Essec. « Je me suis dit que cela me donnerait une raison valable de parler aux gens ! Et c'est ce qui s'est passé. À force d'organiser des conférences, j'ai eu un déclic et compris la mécanique des réseaux : les personnes sont là pour discuter, il suffit d'aller vers elles pour engager la conversation… C'est un état d'esprit à acquérir. »

Pour Valentine Chapus-Gilbert, fondatrice de Chapus conseil (conseil RH, formation et coaching), le réseau est « une alternative au commercial 'dans le dur' ! ». « Je suis très impliquée dans les réseaux. Depuis que j'ai créé mon cabinet, c'est en effet toujours grâce par ce biais que j'ai travaillé. » Mais pour elle non plus, pas question de jouer un rôle et de faire des choses qui ne lui ressemblent pas. « Si je suis active dans mes réseaux, je suis aussi naturelle. Je ne cherche pas à contacter des 'huiles' pour le plaisir de faire du 'name-dropping'*. Je m'adresse à des personnes qui sont à ma portée, avec lesquelles je suis authentique. C'est pour moi la meilleure façon de construire une relation sincère et durable avec elles. »

Objectif personnel au second plan

Sans perdre de vue leur avantage voire leur nécessité (trouver, grâce à ces contacts, de nouveaux clients, un emploi…), les adeptes du réseau sont unanimes : l'objectif personnel doit d'abord passer au second plan. L'exercice requiert dont un altruisme certain, comme l'illustre Stefan Recher. Ce directeur de marché chez Dassault-systèmes, « adore » mettre en relation des personnes qui n'en auraient pas eu l'occasion sans son intermédiaire. Tel un « chasseur de têtes », il permet ainsi à ses contacts d'accéder à des offres d'emploi pas encore publiées. « J'ai dans mon ordinateur, et avec leur accord, une banque de données de CV des personnes que j'ai croisées dans ma vie, avec qui j'ai travaillé ou qui m'ont semblées fiables. Quand j'entends parler d'un besoin, que ce soit dans mon entreprise, mais aussi chez un client ou un fournisseur, je fais simplement le lien entre ce besoin et les personnes que j'ai croisées, même des années avant ! Cela ne me demande pas grand-chose : une minute pour retrouver un CV et le faire suivre à la bonne personne. » Une activité à laquelle il s'adonne sans contrepartie, « simplement pour la satisfaction de faire correspondre une offre à une demande ». Peut-être aussi en souvenir de ses débuts dans la vie active en 1993, année de récession sévère. « Jeune diplômé, je n'ai eu personne pour soutenir ma candidature, et j'ai eu du mal à trouver mon premier job. Aussi aujourd'hui, je suis heureux de pouvoir aider une personne à avoir au moins l'occasion de se présenter à l'entretien d'embauche. »

« Ceux qui réseautent par pur intérêt, sans sincérité, n'en tirent pas grand-chose », insiste Eric Vandewalle, Account Manager chez Meadwestvaco. Cet ingénieur chimiste a commencé par s'investir dans l'association des anciens de

Centrale Marseille. « L'association était en pleine restructuration et cela me plaisait de donner un coup de main. D'autant que c'était aussi l'occasion de passer du temps avec des copains de promo ! » Cet engagement lui a plu, et il a continué en rejoignant l'Unafic (Union nationale des associations françaises d'ingénieurs chimistes). « L'industrie chimique est mal considérée en France, et j'ai envie de contribuer à faire changer cette image. »

La clé d'un réseau efficace

Mais qu'on ne s'y trompe pas : la démarche nécessite un investissement personnel important. « Soigner ma visibilité dans les réseaux me demande un vrai travail et beaucoup d'énergie, reconnaît Valentine Chapus-Gilbert. J'anime le club RH des anciens de l'EM Lyon, je participe à un groupe d'échanges de pratiques au sein de la SF coach notamment. Partout, j'essaie d'apporter des idées, d'être proactive. Eric Vandewalle, lui-aussi, se souvient des mois de préparation que lui a demandé l'organisation d'un colloque sur la Chine, au Sénat, pour l'association des anciens de Centrale Marseille. Au bout de quelques années Philippe Guiheneuc a décidé de quitter la présidence de son club. « Organiser des événements représente un gros travail et mon réseau est suffisamment développé aujourd'hui. En revanche, je continue à entretenir mon cœur de réseau, mes amis camarades de l'Essec. Nous organisons des dîners réguliers, à la fois informels et conviviaux mais centrés sur nos problématiques professionnelles. »

Beaucoup d'énergie, donc, et pas d'attente de retour à court terme, voilà la clé du « réseautage » efficace. « Pour moi, c'est un processus de long terme, explique Valentine Chapus-Gilbert. Mes réseaux, je les ai constitués au fil de mes expériences professionnelles : clubs d'anciens de mon école, associations de métiers… J'aime y rencontrer des gens, je m'intéresse à eux, je ne suis ni en demande ni en offre de service. On ne sait jamais ce qui en sortira. Il ne faut pas en attendre un retour immédiat. »

Charles**, responsable grand comptes chez Orange business services (France Telecom) et grand fan du réseau au sein de l'entreprise, résume bien l'état d'esprit requis. « Je n'aborde jamais les membres de mon réseau avec des attentes, mais en me demandant au contraire : 'Que puis-je faire pour aider cette personne ?' C'est, selon moi, le secret de la réussite. »

L'importance du réseau interne

Désintéressés, les pros du réseau ? Pas vraiment. « J'y trouve des informations sur le marché, des contacts, éventuellement, énumère Philippe Guiheneuc, mais aussi le plaisir d'échanger des points de vue et de prendre du recul sur des problématiques professionnelles ». Pour Charles, le bénéfice est très concret : « Chez France Télécom, beaucoup de problématiques se résolvent en dehors des circuits traditionnels. Qu'il s'agisse d'obtenir des informations utiles pour un client, d'influencer une réunion dont la décision finale est importante pour vous, mais aussi d'anticiper la suite de sa carrière : tout cela est facilité quand on a un réseau interne solide. » Eric Vandewalle évoque la confiance en soi acquise en organisant des événements qu'il n'aurait jamais eu l'occasion de créer dans son métier de commercial. Organiser un colloque au Sénat ou une soirée-débat avec Jean-Martin Folz, cela fait grandir », résume-t-il. Et quand, à la fin de la soirée, un prospect avec lequel il avait le plus grand mal à briser la glace est venu le féliciter chaleureusement… Leurs relations ont été d'un tout autre ordre par la suite ! Réseauter, c'est décidément plein de bonnes surprises ! A condition d'être prêt pour une course de fond.

* *name dropping* : dans une conversation, habitude de lancer des noms de personnes connues, dont on se dit proche, pour se valoriser aux yeux de ses interlocuteurs.

** *Le prénom a été modifié.*